

AVVISO PUBBLICO PER LA SELEZIONE DI INTERVENTI E INIZIATIVE AI FINI DELLA RACCOLTA, SISTEMATIZZAZIONE E CATALOGAZIONE DI BUONE PRATICHE IN AMBITO CULTURALE.

SCHEMA B

1. Ente/Soggetto proponente: XI Comunità Montana del Lazio Castelli Romani e Prenestini

Indirizzo: Via della Pineta,117

Cap: 00040

Città: Rocca Priora

Provincia: Roma

Telefono: 069470944

C.F.: 84002100588

Mail: info@cmcastelli.it

Sito internet: <http://www.museumgrandtour.org/>

Referente: Patrizia Di Fazio

Telefono: 069470820 int. 225

Mail: t.difazio@cmcastelli.it

2. DENOMINAZIONE DELL'ESPERIENZA/INTERVENTO

"Museumgrandtour: la rete dei musei dei Castelli Romani e Prenestini"

3. Ambito tematico (barrare la voce che interessa)

e) *Valorizzazione, promozione e comunicazione del patrimonio culturale*

f) *Lavorare in rete* X

g) *Fare impresa*

h) *Innovare e includere*

4. Partner coinvolti

a. Enti pubblici X

b. Amministrazioni locali X

c. Università, Accademie ed enti di ricerca

d. Fondazioni X e. Scuole

f. Imprese

g. Associazioni di categoria

h. Associazioni professionali

i. Associazioni

j. Altro X

Specificare di seguito la denominazione dei partner, indicando la lettera corrispondente.

Albano Laziale, Colonna, Frascati, Genazzano, Galliciano nel Lazio, Monte Porzio Catone, Lanuvio, Valmontone, Palestrina, Rocca di Papa, Rocca Priora, Zagarolo (a.) - Diocesi di Palestrina (j.) - MiBact per i Musei Nazionali di Palestrina, Nemi e Grottaferrata (b.) - Fondazione per la Ferrovia Museo della Stazione di Colonna Musei (d.)

5. Breve descrizione del contesto territoriale (max 800 caratteri)

Situata ad est e a sud-est della città di Roma, la regione è delimitata ad ovest e a nord dall'Agro Romano e dall'Agro Tiburtino-Preneestino; a nord-est e ad est dalla fascia pedemontana sudoccidentale dei Monti Preneestini e dalla Valle del Sacco; infine, a sud e a sud-ovest dai rilievi dei Colli Albani. Ampia circa 18.500 ettari, l'area interessa una porzione dei Castelli Romani e dei Monti Preneestini da cui la XI Comunità Montana del Lazio prende il nome. Vi ricadono parte dei territori comunali di Frascati, Galliciano nel Lazio, Grottaferrata, Marino, Montecompatri, Palestrina, Rocca di Papa, Rocca Priora, Roma, Zagarolo e per intero le superfici di Colonna e di Monte Porzio Catone.

6. Obiettivi specifici dell'iniziativa e risultati attesi (max 600 caratteri)

Obiettivi del progetto:

- Mettere in rete i Musei e i siti d'interesse culturale dell'area dei Castelli Romani e Preneestini
- Sperimentare modalità innovative per la promozione del patrimonio culturale locale;
- Diffondere la conoscenza scientifica sul patrimonio culturale locale attraverso il Centro di documentazione "Museumgrandtour"

Come risultati dell'attività:

- Creare una gamma di prodotti di comunicazione e informazione coordinata: territorio/cultura/ambiente urbano (guide tematiche, portale, linea di merchandising, materiale audiovisivo etc.)
- Diffondere il patrimonio culturale attraverso modalità innovative multilivello e multigovernance.

7. Descrizione dell'iniziativa (max 1 cartella = 1800 caratteri)

Il Sistema museale Museumgrandtour nasce nel 2003 per la valorizzazione del patrimonio culturale del territorio attraverso la messa in rete dei musei pubblici e privati dei Castelli Romani e Preneestini.

La dimensione ridotta del singolo Ente locale, o del singolo polo museale non sempre consente di esercitare in modo efficace ed adeguato i compiti di promozione, valorizzazione e corretta fruizione dei beni culturali di un territorio. Per ovviare a questa criticità la XI C.M. si fa promotore ed animatore di un processo aggregativo per fare massa critica in termini di territorio coinvolto, di tipologia di musei e siti di interesse culturale presenti in un'area culturalmente omogenea, aumentando la visibilità e l'impatto (in termini di benefici duraturi sul territorio) e diminuendo i costi di gestione totali del comparto museale.

In aderenza all'art 22 della L.R. 42/1997, che prevede l'istituzione sistemi museali territoriali in aree culturalmente omogenee, viene creata: **la rete museale come strumento mediante il quale gli enti locali attuano la cooperazione e l'integrazione museale**, la qualificazione e lo sviluppo dei servizi e promuovono la salvaguardia e la valorizzazione del patrimonio culturale ed ambientale del proprio territorio.

La rete museale ha la sua forza nella segreteria tecnica e nella sua governance. Avendo personale dedicato (al contrario delle altre reti museali dove il sistema comune è percepito in secondo piano rispetto al museo singolo) è in grado di sovrintendere al meglio le attività. Queste sono pianificate su un **primo livello**: con l'assemblea degli amministratori pubblici e privati (sindaci e firmatari della convenzione); su un **secondo livello** con il comitato tecnico dei direttori che approva con verbale. Il tutto sottoposto al coordinamento della XI C.M. che ne verifica la pertinenza e la coerenza.

Negli anni il sistema ha corretto e migliorato le attività museali e culturali in genere con l'obiettivo di renderle semplici, efficaci e con una governance improntata sulla trasparenza.

8. Sintesi delle azioni e delle misure messe in campo (max 600 caratteri)

Le attività del sistema museale sono numerosissime e sono distinguibili in 5 categorie: le prime tre di **attività culturali** tout court, altre due legate alla **gestione della cultura**.

- 1- presentazioni (libri, francobolli, mostre etc.)
- 2- attività ricreative legate alla cultura, (spettacoli, visite guidate a palazzi e luoghi di interesse culturale nel territorio etc.)
- 3- attività di redazione di contenuti, prodotti a carattere didattico divulgativo (guide – anche in collana pubblicate da Carsa edizioni-, etc.)
- 4- progettazione europea – per favorire la transnazionalità e l'attrazione di risorse
- 5- gestione delle procedure di rete tramite la governance a due livelli: politico e tecnico

9. Risultati conseguiti e valutazione degli effetti (max 600 caratteri)

- La creazione della rete ha **ottimizzato le risorse umane e finanziarie** che ciascun Comune avrebbe impiegato per svolgere autonomamente la serie di iniziative.
 - Il consolidamento della rete ha garantito in questi anni un **flusso di comunicazione** costante utile alla **programmazione culturale** ed alla condivisione delle iniziative sul territorio;
 - Il sistema museale ha consentito di **attrarre contributi pubblici** che hanno avuto una ricaduta per tutti i musei anche per più ridotti per dimensioni e tipologia di esposizione.
- L'effetto sul territorio è stato quello non solo di attrarre turisti e studiosi, ma anche di aumentare la percezione del livello di cultura generale da parte del territorio.

10. Trasferibilità e riproducibilità in altri contesti (max 500 caratteri)

La trasferibilità della buona pratica del Sistema museale è garantita da 3 elementi:

- **CONVENIENZA**: la modalità tecnico amministrativa attivata per lo scopo che ha garantito un'ampia partecipazione degli enti con ridotto impiego di risorse economiche e minimo aggravio in termini amministrativi;

- SEMPLICITA': le procedure di aggregazione come "manuale operativo" descrittivo dei processi di aggregazione inclusa l'organizzazione del lavoro e la gestione delle attività di rete
- ESPERIENZA: la disponibilità di un esperto gruppo di lavoro dedicato e di un comitato scientifico deputato allo sviluppo di programmi culturali e composto dai direttori di tutti i musei aderenti che ha maturato una notevole esperienza nella gestione della rete.

11. Metodologia (max 400 caratteri)

(metodi, percorsi, procedure, regole, ecc., di tipo scientifico, organizzativo, operativo utilizzati nell'ambito della iniziativa)

- 1- Costruzione di uno staff dedicato alla rete ed all'organizzazione e gestione della rete museale.
- 2- Redazione ed attuazione della convenzione con il ruolo della segreteria tecnica inclusi i rapporti con la regione.
- 3- Redazione dei processi di governance della rete museale attraverso una governance partecipata con metodo bottom-up: partire dalle esigenze del territorio per arrivare alla definizione dei processi di governance.
- 4- Attività di riuso di tecniche di gestione di reti culturali attraverso la partecipazione ad esperienze di progettazione europea.

12. Materiali prodotti (max 400 caratteri)

- Portale web dedicato, con costruzione di contenuti web2.0
- Una guida generale del territorio
- Tre guide tematiche dedicate rispettivamente ai luoghi di culto antichi, alle ville romane e rinascimentali, all'ambiente del vulcano laziale
- DVD multimediale, che integra i tre itinerari delle guide tematiche
- Guide monografiche dei principali musei del sistema
- Guida del sistema museale a diffusione gratuita
- raccolta di metodi di gestione delle attività di reti museali.

13. Punti di forza (max 400 caratteri)

Anzitutto il miglioramento dell'impatto delle attività culturali con un aumento dell'efficienza (costi/benefici).

Diffusione del patrimonio culturale sul territorio, disseminazione delle eccellenze culturali a livello europeo; ottimizzazione delle risorse umane e finanziarie, opportunità di finanziamento grazie alle attività di rete (rispetto a quelle operate dal singolo museo); visibilità grazie alla massa critica ottenuta dall'unione museale.

14. Difficoltà riscontrate (max 500 caratteri)

La maggiore difficoltà consiste nel mantenere coordinate le diverse gestioni dei singoli musei in tema di conformità alle attività di reti.

La struttura del Museumgradtour organizza fundamentalmente servizi di promozione e attrazione di fondi, ma non organizza la gestione. Per questo motivo si possono presentare problematiche relative

alla conformità dell'immagine, del tema culturale veicolato, alla prospettiva del singolo museo rispetto alla rete. Problematiche che, anche se gestite con procedure efficaci, si ripresentano periodicamente.

15. Indicare 3 parole chiave per identificare l'intervento realizzato

RETE – EFFICIENZA – CULTURA

16. Promozione dell'iniziativa e eventuale pubblicizzazione sui web (max 300 caratteri)

La promozione dell'iniziativa si è svolta in diverse fasi:

una fase di lancio con conferenze stampa, affissioni, e promozione territoriale e partecipazione ad eventi (come la “IX Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Paestum”).

Una fase di informazione continua tramite un canale youtube, attività social, web marketing, presenza su siti istituzionali ed una piattaforma dedicata alla rete museale.

17. Nel caso in cui l'iniziativa abbia una localizzazione precisa specificare le coordinate geografiche.